

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan menjelaskan mengenai rangkaian proses yang telah dilakukan pada penelitian ini dengan menjawab rumusan masalah. Selain itu, terdapat juga saran yang diberikan untuk perusahaan dan untuk peneliti selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dengan menjawab Rumusan masalah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan toko perlengkapan bayi yaitu kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga.
2. Prioritas pertama perbaikan dilakukan untuk variabel kualitas pelayanan dan prioritas berikutnya yaitu variabel kelengkapan produk dan harga. Terdapat 19 usulan perbaikan untuk meningkatkan niat beli ulang pelanggan BSX yang terdiri dari 6 usulan variabel kualitas pelayanan, 5 usulan variabel kelengkapan produk, dan 8 usulan variabel harga sebagai berikut.
 - a. Menyediakan alat pembayaran non tunai berupa QRIS
 - b. Membuat instruksi kerja pelayanan pelanggan
 - c. Membuat peringatan berupa visual display "Kembalikan barang ke tempat semula!" dan ditempel di setiap rak
 - d. Membuat *list* produk perlengkapan ibu dan bayi newborn.
 - e. Memberikan *training* dan masa percobaan selama satu bulan kepada pekerja yang baru
 - f. Mengevaluasi kinerja pegawai dan diberikan bonus Rp 100.000 bagi pegawai yang memiliki kinerja terbaik pada bulan tersebut
 - g. Membuat sistem *inventory* dengan menggunakan GoogleSheet

- h. Menata ulang dan menyusun produk-produk yang dijual secara rapi dan terstruktur.
- i. Membuat label nama produk dan variasi produk agar memudahkan pegawai yang akan mencari variasi produk
- j. Membuat *bundle* dengan menggunakan keranjang yang perlengkapan bayi untuk kado
- k. Menambahkan merek produk perlengkapan bayi yang belum tersedia di BSX seperti pakaian bayi dengan merek Velvet, dan Libby Baby.
- l. Memeriksa setiap produk yang datang dari supplier dan memastikan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik
- m. Menetapkan harga produk sesuai dengan kualitas produk
- n. Melakukan perjanjian dengan *supplier* agar produk yang tidak sesuai dapat di retur
- o. Menginformasikan kepada pelanggan bahwa produk tersebut tidak dapat dikembalikan apabila tidak dapat berfungsi dengan baik
- p. Membuat kebijakan berupa potongan harga untuk produk yang cacat atau tidak dapat berfungsi dengan baik
- q. Menyediakan dan menawarkan produk yang sesuai dengan daya beli masyarakat kalangan menengah ke atas
- r. Menawarkan program *membership* yang dapat memberikan keuntungan bagi pelanggan berupa potongan harga dengan minimal pembelian Rp 350.000
- s. Melakukan riset pasar untuk mengetahui harga jual produk di pasaran sebelum menetapkan harga jual

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang perlu dilakukan oleh BSX dan bagi peneliti selanjutnya. Bagi pihak yang tertarik melakukan penelitian serupa, berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti.

1. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain pada model penelitian yang menjadi faktor yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan. Penambahan variabel tersebut bertujuan untuk meningkatkan

R². Variabel yang perlu dikaji lebih lanjut untuk penelitian berikutnya yaitu variabel preferensi merek dan atmosfer toko.

2. Melakukan evaluasi mengenai hasil penerapan usulan perbaikan yang diberikan.

Selain saran untuk peneliti selanjutnya, adapun saran yang diberikan untuk pihak BSX. Berikut merupakan saran yang diberikan untuk pihak BSX.

1. Sebaiknya BSX segera menerapkan upaya perbaikan terhadap variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang seperti kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Sebaiknya perusahaan dapat mempertimbangkan kembali usulan perbaikan terkait dengan penggantian sistem kasir agar dapat membuat program loyalitas atau sistem *membership* dengan potongan harga serta mempermudah mengelola stok barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmetoglu, G., Fried, S., Dawes, J., & Furnham, A. (2010). Pricing practices: their effects on consumer behaviour and welfare. *Prepared for the Office of Fair Trading*, 3-51.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bahruzen, M., Komarsyah, D., & Nugeraha, P. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel. *Jurnal Persepektif Bisnis* 3(1), 33-43.
- Banyumas, B. K. (2011). Diambil kembali dari BPS.go.id: <http://banyumaskab.bps.go.id>
- Barclay, D. W., Higgins, C. A., & Thompson, R. (1995). The partial least squares approach to causal modeling: Personal computer adaption and use as illustration. *Technology Studies*, 2, 285-309.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 12-40.
- Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. M. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of marketing research*, 38(2), 269-277.
- Dongjin, L., Shenghui, A., & Kai, Y. (2008). Exploring Chinese Consumer Repurchasing Intention for Services: An Empirical Investigation. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 7, 448-460.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gilbert, C. A. (2013). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS*. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Haryanti, D. M., & Hidayah, I. (2019, Juli 29). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. Diambil kembali dari UKM Indonesia: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS Publishing.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing* 37, 1762-1800.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer satisfaction and repurchase intentions. *Developing Country Studies*, 96-100.
- Indonesia, B. S. (2016). *Hasil Pendaftaran Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Irawan, H. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Jakpar, S., Na, A. G., & Johari, A. (2012). Examining the product quality. *International Journal of Business on Social Sciences*, 23.
- Japriyanto, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 6, No.1, 32-41.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ketchen, D. J. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Los Angeles: SAGE.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler, P. d. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Margono. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurmianto, E. (2000). Modul Ajar Dalam Bahasa Inggris First Edition. *Industrial Ergonomics*.
- Raharjani, J. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart. *Jurnal EMBA*, 20.

- Reinartz, W., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An empirical comparison of the efficacy covariance-based and variance-based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26, 332-344.
- Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Junral Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 98-103.
- Saleh, K. (2015, February 23). *Customer Acquisition Vs.Retention Costs – Statistics And Trends*. Diambil kembali dari Invesp website: <https://www.invespcro.com/blog/customer-acquisition-retention/>
- Swastha, B. (2015). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Taylor, S. &. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intention. *Journal of Retailing*, Vol, 70 No. 2, 163-78.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- William. (2021, September 5). *Angka kelahiran di Indonesia masih tinggi, mengapa mayoritas laki-laki ogah ikut KB*. Diambil kembali dari The Conversation: <https://theconversation.com/angka-kelahiran-di-indonesia-masih-tinggi-mengapa-mayoritas-laki-laki-ogah-ikut-kb-146577>

